

Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas
Abriendo Camino al Conocimiento
Facultad de Ciencias Económicas, UNAN-Managua

MERCADO ORIENTAL, EL DESARROLLO MERCANTIL MÁS GRANDE DE CENTROAMERICA.

Gloria Estela Jarquín López

Cursa el primer año de la maestría de
Economía Pública y del Desarrollo dirigido por
el Departamento de Economía
Estjar123@hotmail.com

õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ

Fecha recepción: Mayo 5 del 2013

Fecha aceptación: Junio 2 del 2013

Palabras claves: Trabajo precario,
microempresa, oferta, demanda,
competencia oligopólica.

Keywords: Precarious work,
microenterprise, supply, demand, and
competition oligopolistic.



Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas
<http://revistacienciaseconomicas.unan.edu.ni>
revistacienciaseconomicas@gmail.com
revistaruca@unan.edu.ni

Resumen

A lo largo de los años ha existido un dinamismo económico que ha favorecido a la evolución del trabajo precario e informal en nuestro país, producto del desempleo, escasos niveles de educación, pobreza entre otros, lo que ha conllevado a la búsqueda de nuevas alternativas de empleo en diferentes sectores de la economía del país, sobre todo de un lugar propicio que preste las condiciones para el desarrollo de

alternativas laborales, uno de los que ha obtenido un mayor crecimiento ha sido la evolución de la microempresa. Una prueba irrefutable de lo antes expresado se encuentra a la vista, ya que Nicaragua posee un lugar reconocido a nivel internacional con el centro de compras más grande de Centroamérica. Ubicado en el distrito cuatro de la capitalista conformado por 120 manzanas. Aquí se pone a prueba el mejor ejemplo de la ley de oferta y demanda y de la competencia oligopólica. En este mercado sobresale la variedad de ofertantes de productos ya que no sólo existen vendedores ambulantes, sino también pequeños y grandes empresarios así como empresas establecidas de inversionistas nacionales y extranjeros por lo que algunos han alcanzado incrementar su patrimonio. Según Commema, ente administrador de mercados de Managua, existen alrededor de dieciocho mil comerciantes establecidos, entre formales e informales, en las tres zonas en las que se encuentra dividido, sin embargo éste ha ido creciendo de una manera desproporcionada tanto así que ya ha absorbido algunos barrios de los alrededores y continúa en vías de expansión.

Abstract

Throughout the years there has been dynamism economic that has favored the evolution of the precarious in formal and work our country, product of unemployment, low levels of

REICE | 1

education, poverty among others, which has led to the search for new alternative employment in different sectors of the economy of the country, especially for a favorable place to provide the conditions for the development of alternatives labor, one of the that has obtained a greater growth has been the evolution of the microenterprise.

An irrefutable proof of the foregoing is the view, because Nicaragua has a recognized place to level international with the center shopping largest of Central America Located in the district four of the capital is formed by 120 blocks. Here is put to the test the best example of the law of supply and

demand and of the oligopolistic competition. In this market extends beyond the range of bidders from products already that not only there are street vendors, but also small and large employers as well as established companies of foreign and investors national by what some have reached increase your patrimony. According to Commema administrator of markets of Managua there are about eighteen thousand traders established, between formal and informal, in the three areas in which is divided, however this has been growing in a disproportionate manner so much so that has already absorbed some surrounding suburbs and continues in the process of expansion.

Introducción

Uno de los aspectos que más ha afectado y transformado al mercado laboral y a sus componentes, hasta el punto de cambiar sus procesos laborales y modalidades, es la aparición de las exigencias de un mundo globalizado y la evolución que esto ocasiona.

El presente trabajo posee una importancia económica relevante para la economía de este país, ya que según la encuesta realizada por el Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE), en Noviembre del año 2003 el 51% de la actividad laboral se encuentra representada por el sector comercio y servicio y concentrado en el centro de Managua.

El mercado oriental actualmente es el más grande de los siete mercados ubicados en Managua, es el lugar de abastecimiento de personas que viajan de los departamentos hacia este centro para abastecerse de los productos de primera necesidad.

Este centro de compras está distribuido en tres zonas en las que se encuentran categorizados los comerciantes desde los más capitalizados hasta los de menor capital de trabajo.

La zona I está comprendida de donde fue La Casa de Los Encajes hasta Los Cocos para el lago, en este lugar se encuentran inversionistas ya establecidos como árabes que poseen grandes tiendas en este sector.

Aquí están ubicados los comerciantes más capitalizados del mercado en este sitio se comercializa ropa nueva, calzado nuevo, electrodomésticos, bisutería, joyería de plata y oro, telas, línea blanca entre otros.

Los comerciantes de este sector tienen entre uno a tres tiendas de las cuales son propietarios y emplean a más de dos trabajadores por tienda y hoy en día ya la mayoría cotiza al seguro social INSS.

Las personas de este sector poseen un grado mayor de educación como es universitario y bachiller.

Así mismo hay una gran afluencia de inversionistas panameños y guatemaltecos, que juegan el papel de proveedores y dan crédito de mercadería a estos negociantes con abonos diarios y semanales.

La zona II comprende el Calvario hasta la estación I de policía. Aquí se comercializan repuestos de vehículos y motos usados y nuevos, ferretería, carne de destace, carne helada, ropa usada, pescado, abarrote, pan, pollo, entre otros.

Aquí se sitúan comerciantes de menor capitalización en su mayoría a excepción de los ferreteros y repuestos que son grandes en nivel de capital y patrimonio. A diferencia de éstos los demás comerciantes no poseen empleados trabajan solos. En su mayoría tiene un nivel medio de educación como es secundaria y primaria.

La zona III abarca donde fue el Novillo hacia el lago, en este sector se ofertan perecederos por mayor y al detalle, abarrote, productos lácteos, desarmes, distribuidoras que venden por mayor, aceiteras entre otros.

En su mayoría son personas sin ningún nivel básico de educación ya que buena parte de ellos no saben leer y escribir y algunos han cursado los primeros grados de primaria sin haberla finalizado, su nivel de capitalización es mínimo, en su mayoría son de subsistencia exceptuando las grandes distribuidoras y mayoristas.

Según Commema existen trece mil personas con negocios que pagan matriculas de establecimientos y unos cinco mil son ambulantes y /o eventuales. Este mercado continua en vías de expansión ya que sigue ampliándose, cubriendo el barrio Santo Domingo y la parte céntrica de Ciudad Jardín donde se han establecidos grandes negocios de inversionistas extranjeros, lo que ha conllevado que se eleven la plusvalía de las propiedades de estas zonas.

En la siguiente fotografía se puede apreciar bodega de una distribuidora ubicada en la zona 3 del mercado oriental.



Bodega ubicada en la zona 3
Imagen no. 1.
Fuente: propia

Material y Métodos

El método utilizado para este estudio se centra en una muestra aleatoria de 100 comerciantes establecidos en las tres zonas comprendidas del mercado oriental, con oferta de productos diferentes y tamaño de negocios distintos para conocer el índice de capitalización de estos comerciantes y las estrategias que desarrollan para mejorar su patrimonio.

El presente trabajo toma como criterio el crecimiento económico de los comerciantes; cuyos resultados nos confirmará o desmentirá que el comerciante gradualmente ha incrementado o disminuido su capital de trabajo.

Se incluirán los datos en el programa EVIEWS y se utilizaron como variables para este estudio: las constantes sexo, nivel de educación, Ingresos promedios mensuales y ubicación.

Cada variable se encontrará representada de la siguiente manera:

Tabla no.1. Variables de estudio

Sexo	Nivel de educación	Ubicación	Ingresos promedios mensuales
Femenino 0	Ninguno 0	Zona 1 0	En córdobas
Masculino 1	Primaria 1	Zona 2 1	
	Secundaria 2	Zona 3 2	

Fuente: Elaboración propia

También se utilizó como segunda etapa de la investigación una entrevista realizada al Lic. Augusto Rivera, Gerente de COMMEMA, ubicado en el mercado oriental con el fin de conocer el grado de participación de este ente en este centro de compras.

Donde se ha corroborado que este ente no cuenta con suficiente personal para abarcar un área amplia, debido a que está operando con 150 trabajadores entre los que se encuentran colectores, operarios, abogados, vigilantes y personal administrativo.

Resultados y Análisis

La elaboración de este estudio nos lleva a la limitante en comparación con otros trabajos existentes, debido a que no se ha escrito de manera explicativa sobre el dinamismo de este sector económico en el mercado oriental a excepción de breves reportajes en periódicos locales.

En su mayoría estos comerciantes poseen un nivel académico de secundaria y primaria, la experiencia obtenida empíricamente los hace prepararse de alguna manera hacia el fortalecimiento de la actividad comercial.

Para reforzar este argumento se ha elaborado un modelo de regresión donde los ingresos promedios son explicados por el nivel de educación.

La hipótesis con la que se trabajó es:

H0: El nivel educativo no influye sobre la obtención de ingreso de un comerciante.

Lo que se pretende demostrar es que el nivel de educación determinante del fortalecimiento de la actividad comercial de los negocios que se encuentran en el Mercado Oriental.

El siguiente cuadro muestra los resultados de la regresión:

Variable Dependiente: INGPPO

Método: Mínimo Cuadrados

Número de observaciones: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	23513.17	344.7554	68.20246	0.0000
EDUC	473.0310	312.1269	1.515509	0.1329
R-squared	0.022900	Mean dependent var	23891.59	
Adjusted R-squared	0.012929	S.D. dependent var	2392.605	
S.E. of regresión	2377.087	Akaike info criterion	18.40494	
Sum squared resid	5.54E+08	Schwarz criterion	18.45704	
Log likelihood	-918.2468	F-statistic	2.296767	
Durbin-Watson stat	0.091570	Prob (F-statistic)	0.132863	

Variable ingreso como dependiente y educación como independiente.

Ecuación de regresión 1.

$$\text{INGPRO} = 23,513.17 + 473.03 \cdot \text{EDUC}$$

Para determinar si hay una relación estadísticamente significativa entre el ingreso promedio y el nivel de educación tenemos que observar que el valor p del coeficiente de la variable educación debe ser menor a 0.05 (95% de confianza).

En el modelo se observa que el valor de p es igual 0.1329 al ser mayor se puede concluir que el coeficiente no es estadísticamente significativo, lo que nos permite aceptar la hipótesis nula de que el nivel educativo no influye sobre la obtención de ingreso de un comerciante. Esto nos hace apreciar que el ingreso percibido no va de la mano con la educación adquirida.

En el estudio se observó que los negocios son atendidos por ambos sexos por lo que se procedió a plantear otra hipótesis para ver si el sexo influye sobre el ingreso promedio mensual de los comerciantes.

Se planteó la siguiente hipótesis:

H0: El sexo de la persona que atiende en el negocio no influye en la obtención de ingreso de un comerciante.

Variable Independiente: INGPRO

Método: Mínimo Cuadrados

Número de Observaciones: 100

Tabla No.3

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	24161.19	331.1583	72.95964	0.0000
SEXO	-561.6715	477.9859	-1.175080	0.2428
R-squared	0.013894	Mean dependent var		23891.59
Adjusted R-squared	0.003832	S.D. dependent var		2392.605
S.E. of regresión	2388.017	Akaike info criterion		18.41411
Sum squared resid	5.59E+08	Schwarz criterion		18.46621
Log likelihood	-918.7056	F-statistic		1.380812
Durbin-Watson stat	0.052473	Prob (F-statistic)		0.242810

Variable ingreso como dependiente y sexo como independiente.

Ecuación de regresión 2.

$$\text{INGPRO} = 24,161.19 - 561.67 \cdot \text{SEXO}$$

Al igual que en la regresión 1 el resultado es el mismo para la regresión 2 es decir el sexo no es una variable determinante para que el comerciante venda más o menos en su negocio.

Con la finalidad de encontrar un factor que determine el ingreso de los comerciantes se procedió a establecerse una tercera hipótesis, para conocer si existe influencia de la zona donde se ubican los vendedores dentro del mercado.

Se planteó la siguiente hipótesis:

H0: La zona en la cual se encuentra establecido el comerciante no incide en la obtención de ingreso.

La tabla número 4 muestra los resultados de la regresión.

Variable Dependiente: INGPRO

Método: Mínimo Cuadrado

Número de observaciones: 100

Tabla 4.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	26412.92	48.29962	546.8556	0.0000
ZONA	-3112.751	43.55030	-71.47484	0.0000
R-squared	0.981178	Mean dependent var	23891.59	
Adjusted R-squared	0.980986	S.D. dependent var	2392.605	
S.E. of regresión	329.9205	Akaike info criterion	14.45538	
Sum squared resid	10667059	Schwarz criterion	14.50748	
Log likelihood	-720.7689	F-statistic	5108.653	
Durbin-Watson stat	0.089052	Prob (F-statistic)	0.000000	

Ecuación de regresión 3.

$$\text{INGPRO} = 26412.91845 - 3112.751176 \cdot \text{ZONA}$$

De los resultados de la regresión se puede determinar que hay una relación estadísticamente significativa entre el ingreso promedio y la zona de ubicación, ya que el valor de p del coeficiente de la variable zona ($p=0.000$) es menor a 0.05.

De los resultados de la regresión podemos inferir que de las características de cada zona a lo interior del Mercado Oriental es determinante en los ingresos que obtiene el comerciante ya demás podemos agregar que cada zona tiene su particularidad en cuanto a peligrosidad, variedad de productos, precios, tiendas cuya presentación es casi a niveles de los centros comerciales entre otros.

Conclusiones

A diario estos comerciantes reciben ingresos de la venta de los productos que ofertan, aunque muchos empíricamente han logrado un cierto grado de aprendizaje han desarrollado la habilidad de administrar su pequeño o mediano negocio.

REICE | 9

Por lo que se podría afirmar que se han capitalizado poco a poco y han mejorado su nivel de vida en cuanto a educación para sus hijos, mejora de infraestructura de su casa, y negocio, diversificando sus productos a ofertar.

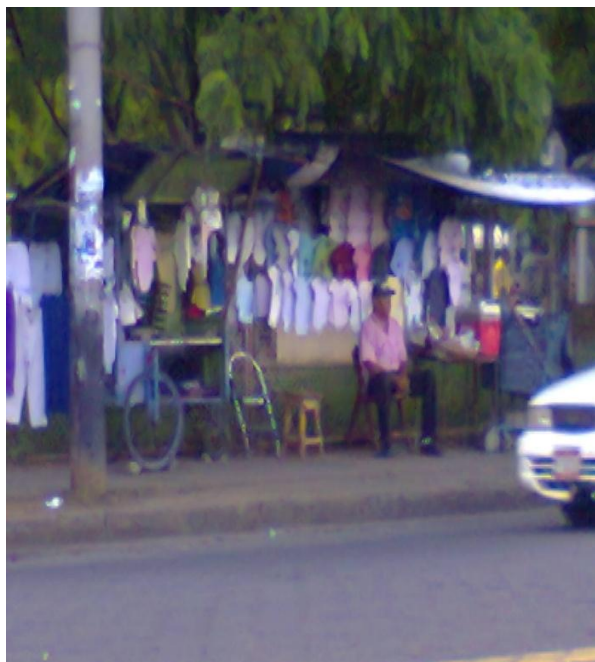
Tanto así que los mismos comerciantes se han vuelto empleadores. En este mercado no sólo existe el comerciante informal de canasto o de piso, en su interior integra medianas y grandes empresas como por ejemplo: Importadora de productos ferreteros Blandón Lazo, Sinsa cerámica, Casa de las mangueras, entre algunas de mayor prestigio.

También se encuentran negocios de propietarios de otras nacionalidades como Comercial Alejandría, Unión Moda, Power 99, Tiendas 123, de origen árabes, panameños y ubicados en la calle principal, también se encuentran tiendas como Curacao, Gallo más gallo, Payless.

Aquí converge perfectamente la oferta y demanda en un mercado que no descansa, por que permanece abierto los siete días de la semana, hasta altas horas de la noche. Ingresan alrededor de cien mil personas a diario cifra que suena exagerada sin embargo es afirmada por el gerente de Commema. Por lo que este administrador necesita la contratación de más personal para una mejor administración.

Lugar que continúa extendiéndose ya que éste ha cubierto el barrio 19 de Julio, Los Ángeles, Santo Domingo y sectores como la estación de policía que ha sido absorbida por éste.

Actualmente el recinto universitario Carlo Fonseca de la UNAM- Managua está siendo consumida por este populoso centro.



Entrada recinto universitario RUCFA

Imagen No3.

Fuente: propia

De este pequeño estudio podemos asimilar que el mercado oriental se encuentra desordenado, pero antes de establecer un orden se necesita establecer una regulación correcta por parte de las autoridades correspondientes.

Se necesita realizar mejoras en cuanto a la regulación de los comerciantes ya establecidos y un ordenamiento territorial en base a límites que se establezcan de expansión, y realizar normativas legales que se hagan cumplir para las personas ambulantes y eventuales.

Toda esta reforma estructural planteada es para apoyarnos en datos estadísticos que nos permita conocer más a fondo la realidad económica de este centro ya que en la actualidad no existe un dato real publicado, y por lo que la misma institución que debiere regular no tiene un informe correspondiente sobre éste.

Una verdad acertada es que el pequeño comerciante es volátil en cuanto a estabilidad de las actividades, pero poseen capacidad de transformación ya que si llegan a cambiar de actividad no pasan desempleados largo tiempo, sólo cambian de alternativa de productos o servicio a ofertar y lo más común en estos días es que diversifican los bienes a ofrecer.

Esta capacidad les permite no desaparecer, sino arraigarse en un punto específico, permaneciendo durante un periodo de tiempo indeterminado e incluir a sus hijos a independizarse económicamente.

Bibliografía

- Instituto Nacional de Información de Desarrollo, INIDE, (2003), Encuesta de medición de vida.
- Lira i Morel et al (2003), Manual de redacción para investigación científica a nivel de postgrado.

Agradecimientos

- A las 100 personas que nos brindaron información de la actividad que realizan para formar parte de este pequeño estudio.
- Lic. Augusto Rivera, Gerente de Commema, distrito 4, por la entrevista brindada el día 21 de Marzo 2013 a las 3pm. Correo electrónico del Lic. Rivera: mogerencia@nuevacommema.gob.ni

Tabla 5. Muestra de las personas encuestadas

No. Personas	sexo	zona	grado de escolaridad	ventas de un mes regular C\$
1	0	0	0	26,608
2	1		1	26,608
3	1	0	2	26,608
4	0	0	1	26,608
5	0	0	1	26,608
6	0	0	1	26,608
7	0	0	2	26,608
8	0	0	1	26,608
9	0	0	2	26,608
10	1	0	1	26,608
11	1	0	0	26,608
12	1	0	0	26,608
13	1	0	2	26,608
14	0	0	1	26,608
15	0	0	0	26,608
16	1	0	1	26,608
17	0	0	0	26,608
18	0	0	1	26,608
19	0	0	1	26,608
20	0	0	0	26,608
21	0	0	2	26,608
22	0	0	0	26,608
23	0	0	1	26,608
24	0	0	1	26,608
25	1	0	1	26,608
26	1	0	2	26,608
27	1	0	2	26,608
28	0	0	0	26,608
29	0	0	0	26,608
30	0	0	2	26,608
31	1	0	0	26,608
32	1	0	0	26,608
33	1	0	2	26,608
34	1	0	1	26,608
35	0	0	0	26,608
36	0	0	0	26,608
37	0	0	2	26,608

Continuación tabla No. 5

39	1	0	1	26,608
40	1	0	1	26,608
41	1	1	2	22,900
42	1	1	0	22,900
43	1	1	0	22,900
44	0	1	2	22,900
45	0	1	0	22,900
46	0	1	2	22,900
47	0	1	0	22,900
48	0	1	0	22,900
49	0	1	2	22,900
50	0	1	1	22,900
51	0	1	1	22,900
52	0	1	1	22,900
53	0	1	1	22,900
54	1	1	2	22,900
55	1	1	0	22,900
56	1	1	0	22,900
57	1	1	1	22,900
58	1	1	1	22,900
59	1	1	2	22,900
60	1	1	1	22,900
61	1	1	0	22,900
62	0	1	0	22,900
63	1	1	0	22,900
64	0	1	1	22,900
65	1	1	1	22,900
66	1	1	0	22,900
67	0	1	1	22,900
68	0	1	0	22,900
69	1	1	0	22,900
70	1	1	2	22,900
71	1	1	1	22,900
72	1	1	1	22,900
73	1	1	2	22,900
74	1	1	1	22,900
75	0	1	0	22,900
76	0	1	0	22,900
77	0	1	1	22,900
78	0	1	0	22,900

Continuación Tabla No. 5

79	1	1	0	22,900
80	1	2	0	20,559
81	1	2	1	20,559
82	1	2	2	20,559
83	0	2	0	20,559
84	1	2	0	20,559
85	0	2	2	20,559
86	1	2	0	20,559
87	0	2	0	20,559
88	1	2	1	20,559
89	1	2	0	20,559
90	0	2	1	20,559
91	0	2	0	20,559
92	1	2	1	20,559
93	1	2	0	20,559
94	1	2	1	20,559
95	0	2	2	20,559
96	0	2	1	20,559
97	0	2	0	20,559
98	1	2	0	20,559
99	0	2	0	20,559
100	0	2	1	20,559

Preguntas elaboradas para la entrevista al Lic. Augusto Rivera, Gerente de COMMEMA.

- 1- ¿Que nos puede decir sobre el mercado oriental?, ¿Cuántas personas venden en este mercado?
- 2- ¿Cómo está estructurado el mercado oriental?
- 3- ¿Cómo percibe el crecimiento del mercado en estos últimos años?
- 4- ¿Cree usted que se abrirá alguna otra zona en el mercado?
- 5- ¿Cómo funciona Commema en el mercado?
- 6- ¿Cuántos trabajadores hay en commema del mercado oriental?
- 7- ¿Tienen estadísticas exactas de las cifras de comerciantes y personas que hacen negocios en esta zona?
- 8- ¿Cómo es el dinamismo del mercado oriental?
- 9- ¿Cuáles son los principales problemas del mercado?
- 10-¿Qué hace Commema para erradicarlos?